JAHRESBERICHT VON PROVIANDE 2022

PROVIANDE

VORWORT

Das Jahr 2022 stellte die Fleischbranche vor grosse Herausforderungen und verlangte nach ausserordentlichen Massnahmen: Sowohl die Trockenheit im Sommer als auch die Krise im Schweinemarkt im Winter zeigten einmal mehr, wie wichtig gemeinsames und koordiniertes Handeln in der Branche ist.

Die Klimaziele, die Versorgungssicherheit und eine ausgewogene Ernährung für eine nachhaltig gesunde Bevölkerung sind nur einige Themen, welche die Zukunft der Fleischwirtschaft bestimmen. Mit der Überarbeitung der Unternehmensstrategie durch den Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung sowie der Verabschiedung der Roadmap 2022–2025 mit den strategischen Handlungsfeldern Nachhaltigkeit, Tierwohl und Ernährung legte Proviande den Grundstein für eine weiterhin erfolgreiche Tätigkeit unserer Branchenorganisation.

Verstärkte Kommunikation

Auch intern hat Proviande auf die Herausforderung der zunehmenden gesellschaftspolitischen Debatten zur Produktion und zum Konsum von tierischen Lebensmitteln und dabei insbesondere von Fleisch reagiert: Mit einer Neuorganisation wird der Öffentlichkeitsarbeit und damit der Kommunikation nach aussen mehr Gewicht verliehen. Themen wie Nachhaltigkeit, Umwelt und Konsum werden immer wichtiger: Das zeigt das steigende Interesse von Politik und Medien. Proviande hat deshalb ihre Geschäftsbereiche neu aufgestellt: Anstelle der Stabsstelle Unternehmensentwicklung wurde ein neuer Geschäftsbereich Entwicklung und Nachhaltigkeit geschaffen und die Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Kommunikation verstärkt. Diese wird in Anbetracht des steigenden gesellschaftlichen Drucks immer wichtiger, was auch hinsichtlich der im September 2022 gewonnenen Abstimmung über die Massentierhaltungsinitiative deutlich wurde.

Es gilt, die Anstrengungen der Nutztierhalter, des Viehhandels und der Schlachtbetriebe zu kommunizieren und am Verkaufspunkt die verdiente Wertschätzung zu erzielen. Die Schweiz bietet beste Voraussetzungen für nachhaltig produzierte tierische Nahrungsmittel. Diese haben jedoch ihren Preis. Deshalb müssen Konsumenten, Gastronomen, Hauswirtschaftsleute, Journalisten, aber auch Politiker die Vorzüge und Mehrwerte von Fleisch aus Schweizer Produktion kennen und sollen trotz des höheren Preises einheimisches Fleisch bevorzugen und sich nicht mit günstigen Produkten aus dem Ausland eindecken.

Das Jahr 2022 hat gezeigt: Die Zusammenarbeit in der Fleischbranche funktioniert. Harte Verhandlungen werden im Sinne der Sache geführt und das partnerschaftliche Miteinander wird nach wie vor grossgeschrieben. An dieser bewährten Zusammenarbeit wollen wir auch in Zukunft festhalten können.

INHALT JAHRESBERICHT 2022

ORGANE UND KOMMISSIONEN 4
DAS JAHR 2022 IM ÜBERBLICK 11
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT 17
KLASSIFIZIERUNG & MÄRKTE 19
MARKETINGKOMMUNIKATION «SCHWEIZER FLEISCH» 23
DIENSTLEISTUNGEN 26
INTERNE DIENSTE 30
FINANZEN 32

ORGANE UND KOMMISSIONEN

Proviande ist eine Genossenschaft mit Sitz in Bern. Genossenschafter sind in der Schweiz tätige Organisationen und Unternehmen der Produzenten, Vermittler und Verwerter von Schlachttieren, Fleisch- und Schlachtnebenprodukten, Detailhändler, Importeure und Exporteure. Zweck und Organisation sind in den Statuten geregelt.

Genossenschaftsmitglieder

Organisationen der Produzenten

- Anicom AG, Bern
- Fromarte, Bern
- Interessengemeinschaft öffentliche Märkte, Brugg
- Mutterkuh Schweiz, Brugg (seit 03.06.2022)
- Suisseporcs, Sempach
- Swiss Beef CH, Brugg
- Schweizer Bauernverband, Brugg
- Schweizer Geflügelproduzenten, Grünenmatt
- Schweizer Kälbermäster-Verband, Brugg
- Schweizer Milchproduzenten, Bern
- Schweizer Rindviehproduzenten, Brugg
- Schweizerischer Schafzuchtverband, Niederönz

Organisationen der Verwerter und Vermittler

- Bell Schweiz AG, Basel
- Centravo AG, Lyss
- Coop, Basel
- GVFI AG, Basel
- Micarna SA, Courtepin
- Migros-Genossenschafts-Bund, Zürich
- Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Schweizerische Schweinehandelsvereinigung, Stetten
- Schweizerischer Verband von Comestibles-Importeuren und -Händlern SIC, Pratteln
- Schweizerischer Viehhändler Verband, Chur
- VB Food International AG, Basel
- Verband schweizerischer Geflügel- und Wildimporteure, Lupfig

Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat (VR) von Proviande leitet, beaufsichtigt und kontrolliert die Geschäftsführung. Dem VR obliegt insbesondere die Festlegung der Unternehmensziele und der Unternehmensstrategie, welche auf der von ihm definierten Vision und Mission sowie auf den Leitsätzen basieren.

Präsidium

- Präsident: Zemp Markus, Schafisheim
- Vizepräsident: Windlin Arnold, Giswil (bis 03.06.2022)
- Vizepräsident: Arnold Walter, Schönenberg an der Thur (ab 03.06.2022)

Mitglieder von Produzentenorganisationen sowie deren Stellvertreter

- Darbellay Michel, Schweizer Bauernverband, Brugg
  Noël Christophe, Schweizer Rindviehproduzenten, Brugg
- Engeli Oliver, Swiss Beef CH, Brugg
  Rösti Hans, Interessengemeinschaft öffentliche Märkte, Brugg (bis 03.06.2022)
  Wandfluh Ernst, Interessengemeinschaft öffentliche Märkte, Brugg (ab 03.06.2022)
- Nicod Bernard, Schweizer Rindviehproduzenten, Brugg
  Gruet Philippe, Schweizer Rindviehproduzenten, Brugg (bis 03.06.2022)
  Humbert Guy, Schweizer Rindviehproduzenten, Brugg (ab 03.06.2022)
- Oberle Jörg, Schweizer Kälbermäster-Verband, Brugg
  Beffa Peppino, Schweizerischer Schafzuchtverband, Niederönz (bis 03.06.2022)
  Vogel Ernst, Schweizerischer Schafzuchtverband, Niederönz (ab 03.06.2022)
- Waldvogel Adrian, Schweizer Geflügelproduzenten, Grünenmatt
  Mosimann Christoph, Schweizerischer Freibergerverband, Avenches
- Windlin Arnold, Suisseporcs, Sempach
  Pfister Meinrad, Suisseporcs, Sempach

Mitglieder von Verwerter- und Vermittlerorganisationen sowie deren Stellvertreter

- Arnold Walter, Schweizerischer Viehhändler Verband, Chur
  Humbel Otto, Schweizerische Schweinehandelsvereinigung, Stetten
- Baumann Albert, Micarna SA, Courtepin
  Von Strauss Lutz, Micarna SA, Courtepin
- Birrer Heiner, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
  Gerber Michel, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Spiess Jürg, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
  Kyburz Hans Rudolf, Verband schweizerischer Geflügel- und Wildimporteure, Lupfig
- Sutter Reto, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
  Koller Walter, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Wyss Lorenz, Bell Schweiz AG, Basel
  Allemann Philipp, Bell Schweiz AG, Basel

Mitglieder von Verbraucherorganisationen sowie deren Stellvertreter

(Mit beratender Stimme)

- Rogger Moritz, GastroSuisse, Zürich
  Lustenberger Bruno, GastroSuisse, Zürich
- Staub Susanne, Konsumentenforum kf, Bern

Kommissionen

Gemäss den Statuten kann der Verwaltungsrat Aufgaben und Kompetenzen an ständige Kommissionen oder ad hoc gebildete Arbeitsgruppen übertragen. Die Mitglieder der ständigen Kommissionen werden analog dem Verwaltungsrat für drei Jahre gewählt. Die Gesamterneuerungswahlen erfolgen jeweils innert vier Monaten nach den Gesamterneuerungswahlen für den Verwaltungsrat.

Kommission Marketingkommunikation (KMK)

Aufgaben:

1. Empfehlung der strategischen Ausrichtung der Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» im Inland zuhanden des Verwaltungsrates.
2. Beratung der Direktion und der Geschäftsleitung bei der Umsetzung der vom Verwaltungsrat genehmigten strategischen Ausrichtung der Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» im Inland.
3. Förderung der Koordination mit allfälligen Marketingmassnahmen der Branchenmitglieder und der Agro-Marketing Suisse (AMS).

Mitglieder:

- Portmann Marcel (Vorsitz), Proviande, Bern
- Albrecht Adrian, Transgourmet Schweiz AG, Moosseedorf
- Bosshard Peter, Schweizerischer Viehhändler Verband, Chur
- Dettling Marcel, Schweizer Kälbermäster-Verband, Brugg
- Elia Davide, Bell Schweiz AG, Basel
- Gerber Michel, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Goncalves da Silva Allan, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Gygax Corinne, Schweizer Geflügelproduzenten, Grünenmatt
- Härter Daniel, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Hasler-Olbrych Patrik, GastroSuisse, Zürich
- Hofstetter Mirjam, Schweizer Bauernverband, Brugg
- Müller Stefan, Suisseporcs, Sempach
- Pfister Roland, Micarna SA, Courtepin
- Schneider Fabian, Coop, Basel
- Zahner Bernhard, Schweizerischer Verband von Comestibles-Importeuren und -Händlern SIC, Pratteln

Kommission Exportmarketing (KEM)

Aufgaben:

1. Empfehlung der strategischen Ausrichtung der Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» im Exportmarketing zuhanden des Verwaltungsrates.
2. Beratung der Direktion und der Geschäftsleitung bei der Umsetzung der vom Verwaltungsrat genehmigten strategischen Ausrichtung der Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» im Bereich Exportmarketing.

Mitglieder:

- Betken Rainer, Centravo AG, Lyss
- Bürki Bruno, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Elia Davide, Bell Schweiz AG, Basel
- Härter Daniel, Ernst Sutter AG, Gossau
- Hofstetter Mirjam, Schweizer Bauernverband, Brugg
- Oberli Christian, Suisseporcs, Sempach
- Portmann Marcel (Vorsitz), Proviande, Bern
- Reutegger Hans, Micarna SA, Courtepin
- Saurina Jennifer, Plattform Agrarexport, Bern
- Zimmermann Markus, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich

Kommission Märkte und Handelsusanzen (KMH)

Aufgaben:

1. Marktüberwachung gemäss Leistungsauftrag des Bundes
   Beratung der Direktion und der Geschäftsleitung bei Erhebung, Auswertung und Publikation der Schlachtviehpreise, bei Fragen zur Durchführung der Marktabräumung gemäss Schlachtviehverordnung, zu Marktentlastungsmassnahmen sowie zu den Ausschlachtungsbestimmungen gemäss Schlachtviehverordnung.
2. Handelsusanzen
   Erhebung und Beurteilung der Abrechnungsmodalitäten (Angemessenheit) für die Bezahlung von Schlachttieren, Überprüfung von Qualitätsabstufungen, Behandlung von Garantiefragen, Kontrolle der Einhaltung der Wägevorschriften sowie die Vorbereitung allfälliger Massnahmen.
3. Weitere Aufgaben
   Durchführung, Begleitung und Überwachung von Projekten für die Branche sowie der vom Verwaltungsrat zugewiesenen Aufgaben.

Mitglieder:

- Achermann Thomas, Schweizerischer Viehhändler Verband, Chur
- Baumann Albert, Micarna SA, Courtepin
- Bosshard Peter, Schweizerischer Viehhändler Verband, Chur
- Bucher Heinrich (Vorsitz), Proviande, Bern
- Darbellay Michel, Schweizer Bauernverband, Brugg
- Glur Christian, Swiss Beef CH, Brugg
- Kyburz Hans Rudolf, Verband schweizerischer Geflügel- und Wildimporteure, Lupfig
- Oberle Jörg, Schweizer Kälbermäster-Verband, Brugg
- Pfister Meinrad, Suisseporcs, Sempach
- Seiler Stefan, Bell Schweiz AG, Basel
- Siegrist Christian, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Schorderet Daniel, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Schwab Stefan, Anicom AG, Bern
- Uhlmann Ruedi, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Wandfluh Ernst, IG öffentliche Märkte, Brugg

Personalkommission (PeKo)

Aufgaben:

1. Festlegung der Besoldungs- und Anstellungsrichtlinien.
2. Vorschlag an den Verwaltungsrat insbesondere für die Festsetzung der jährlichen Lohnsumme.
3. Vorschlag an den Verwaltungsrat für die Festlegung der Entschädigung des Verwaltungsrats, des Verwaltungsratspräsidenten sowie der Mitglieder der ständigen und der Ad-hoc-Kommissionen.
4. Vorbereitung der Anstellung/Entlassung des Direktors zuhanden des Verwaltungsrates.
5. Wahl der Mitglieder der Geschäftsleitung auf Antrag des Direktors.
6. Festlegung der Besoldung des Direktors sowie der Gesamtlohnsumme für die Besoldung der übrigen Mitglieder der Geschäftsleitung.
7. Weitere vom Präsidenten oder vom Verwaltungsrat zugewiesene Aufgaben.

Mitglieder:

Je zwei Vertreter der Produzenten und der Vermittler/Verwerter aus dem Verwaltungsrat.

- Baumann Albert, Bazenheid
- Nicod Bernard, Granges-près-Marnand
- Windlin Arnold, Giswil
- Wyss Lorenz, Basel
- Zemp Markus (Vorsitz), Präsident Proviande

Lenkungsgremium Akkreditierte Tätigkeitsbereiche (LeG)

Das LeG steht dem Geschäftsbereich Klassifizierung & Märkte als kompetentes und auf die Branche bezogenes Aufsichtsorgan bei den akkreditierten Tätigkeitsbereichen zur Seite. Es wacht darüber, dass die Aufgaben neutral, fachgerecht und gemäss den Vorgaben des Leistungsauftrages erfüllt werden.

Mitglieder:

- Achermann Thomas, Vertreter des Handels, Inwil
- Bucher Heinrich (Vorsitz), Proviande, Bern
- Helfenstein Raphael, Vertreter der Schweineproduzenten, Sempach
- Kipfer Werner, Vertreter der Rindviehproduzenten, Säriswil
- Muster Stefan (Vorsitz), Proviande, Bern (ab 01.07.2022)
- Siegrist Christian, Fachgruppe Industrielle Schlachtbetriebe, Bazenheid
- Schneider Peter, Proviande, Bern (bis 30.06.2022)

Fachgruppe für tierschutzkonforme Tiertransporte und Schlachthöfe (FG TTS)

Die FG TTS befasst sich mit allen in der Praxis auftretenden Fragen bezüglich Tierschutz bei Tiertransporten und in den Schlachthöfen. Einen Schwerpunkt bildet die Koordination der Aus- und Fortbildung für das Transport- und Schlachthofpersonal, welche gemäss der Tierschutzverordnung in der Verantwortung der Branche liegt.

Der Fachgruppe kommt auch in anderen Bereichen eine wichtige Bedeutung zu. Da alle relevanten Organisationen vertreten sind, sind die Diskussionen effizient und können bei Bedarf in spezifischen Arbeitsgruppen weitergeführt werden.

Mitglieder:

- Bosshard Peter, Schweizerischer Viehhändler Verband SVV, Chur
- Bucher Heinrich (Vorsitz), Proviande, Bern
- Hofer Hans Rudolf, Fachgruppe Industrielle Schlachtbetriebe, Zürich
- Hofer Niklaus, IP-Suisse, Zollikofen
- Jenni Markus, Ausbildung Tiertransporte, Chur
- Loup Fabien, Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen BLV, Bern (bis 31.03.2023)
  Sigg Liv, Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen BLV, Bern (ab 01.04.2023)
- Matti Rudolf, ASTAG Schweizerischer Nutzfahrzeugverband, Bern
- Neuenschwander Jacques, Ausbildungszentrum für die Schweizer Fleischwirtschaft, Spiez
- Roos Tamara, IP-Suisse, Zollikofen
- Sciarra Cesare, Schweizer Tierschutz STS, Aarau
- Vogel Regula, Vereinigung der Schweizer Kantonstierärztinnen und Kantonstierärzte VSKT, Bern
- Zweifel Ruedi, Aviforum, Zollikofen

DAS JAHR 2022 IM ÜBERBLICK

Der Fleischmarkt

Die Schweizerinnen und Schweizer geniessen noch immer gerne ein Stück Schweizer Fleisch. Allen Medienberichten und politischen Forderungen zum Trotz blieb der Fleischverbrauch auch 2022 auf dem Niveau der Vorjahre, konkret bei 50,8 kg pro Person. Die inländische Produktion von Schweine- und Geflügelfleisch nahm leicht zu und zur Deckung der Nachfrage musste insbesondere mehr Geflügelfleisch importiert werden als 2021. Der Selbstversorgungsgrad über alle Fleischarten nahm leicht zu und liegt bei gut 82%.

Der Einkauf im Ausland ist und bleibt ein Thema. Nachdem die Einschränkungen durch Corona im Jahr 2022 wegfielen, nahm auch der Einkaufstourismus wieder leicht zu. Dies obwohl bei der im Jahr 2022 im Auftrag von Proviande durchgeführten Befragung 99% der Befragten angaben, dass die Herkunft Schweiz beim Fleischkauf wichtig bis sehr wichtig für sie ist. Immerhin wurde aber gemäss den Zahlen aus dem Privathaushaltpanel (NielsenIQ Switzerland GmbH) deutlich weniger im Ausland eingekauft als noch vor Corona.

Schweinemarkt

Im Schweinemarkt verschärfte sich gegen Ende 2022 die Situation des Überangebots: Im November sah sich die Branche mit der grössten Schweinekrise konfrontiert, die die Schweiz je erlebt hatte. Der einberufene Krisenstab traf sich wöchentlich für eine Beurteilung der Lage. Dank dem Engagement von Produzenten, Handel, Verarbeitung, Exportorganisationen, europäischen Abnehmern sowie auch unter Mithilfe des Bundes konnten tierschutzrelevante Überbelegungen in den Schweineställen und ein noch drastischerer Rückgang der Schweinepreise weitestgehend verhindert werden. Von November bis Dezember wurde Fleisch von 14'987 Schweinen mit Unterstützung des Bundes eingefroren. Um das grosse Überangebot weiter abbauen zu können, wurde im Dezember 2022 zudem der Export von Schweinehälften in den europäischen Raum aufgenommen. Zur Finanzierung dieser Exporte wurde bei Proviande ein

Fonds eingerichtet, welcher aus Beiträgen der Schweinemäster und des Schweinehandels gespiesen wurde.

Rinder und Kühe

Die Schlachtungen innerhalb der Rindviehgattung blieben auf dem Vorjahresniveau und der Kuhbestand ist im Vergleich zum Vorjahr nur minimal gesunken. Die anhaltende Trockenheit im Juli und im August bedeutete jedoch eine Herausforderung für die Rindviehhalter: Futter für die Tiere wurde knapp und in gewissen Regionen mussten die Tiere früher von der Alp abgezogen werden. Diese Mehrauffuhren im August hatten einen Einfluss auf die Schlachtviehpreise. Dank der hohen Nachfrage erholte sich der Preis jedoch rasch wieder.

Kälbermarkt

Der Bankkälbermarkt verlief so ruhig wie noch nie. Die schon fast obligate Marktentlastungsmassnahme der vergangenen Jahre war 2022 nicht notwendig, im Gegenteil: Die Nachfrage war im ganzen Jahr hoch. Gerade in der Gastronomie war das Kalbfleisch gesucht.

Aus den Projekten

Vision und Mission

«Schweizer Fleisch geniesst eine hohe Wertschätzung und Anerkennung.» (Vision)

«Proviande ist Impulsgeberin, Botschafterin, Vermittlerin und Dienstleisterin.» (Mission)

2022 stand Proviande in mehreren Anliegen als Vermittlerin zur Verfügung. Die Diskussionen bei Massnahmen zur Verbesserung des Tierwohls, aber auch zur nachhaltigen Entwicklung der Fleischwirtschaft gewinnen immer mehr an Bedeutung und fordern die Branche, gemeinsame Lösungen zu finden.

Als Botschafterin macht sie es sich zur Aufgabe, die Klimadiskussion mit Fakten zu untermauern und den Stellenwert von Fleisch in einer ausgewogenen und abwechslungsreichen Ernährung zu bekräftigen. Dies nicht nur gegenüber der Öffentlichkeit und den Medien, sondern immer häufiger auch gegenüber Behörden und Politikern.

Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Der Schwerpunkt der Öffentlichkeitsarbeit im Jahr 2022 lag auf der Kampagne gegen die Massentierhaltungsinitiative. Zudem zeigen zahlreiche politische Geschäfte auf nationaler, kantonaler und kommunaler Stufe, dass Fleisch generell, aber insbesondere auch die Absatzförderung für «Schweizer Fleisch» zunehmend kritisch betrachtet werden. Da die Informationen rund um die Vorzüge von Schweizer Fleisch jedoch zentral sind für die hier ansässige, produzierende Fleischwirtschaft, hat Proviande per Ende 2022 eine Neuorganisation der Abteilung Kommunikation vorgenommen.

Es gilt, die Anstrengungen der Nutztierhalter, des Viehhandels und der Schlachtbetriebe zu kommunizieren und am Verkaufspunkt die verdiente Wertschätzung zu erzielen. Die Schweiz bietet beste Voraussetzungen für nachhaltig produzierte tierische Nahrungsmittel. Diese haben jedoch ihren Preis. Deshalb müssen Konsumenten, Gastronomen, Hauswirtschaftsleute, Journalisten, aber auch Politiker die Vorzüge und Mehrwerte von Fleisch aus Schweizer Produktion kennen und sollen trotz des höheren Preises einheimisches Fleisch bevorzugen und sich nicht mit günstigen Produkten aus dem Ausland eindecken. Dieser Kommunikation will Proviande deshalb mehr Gewicht geben.

Marktumfeld

Proviande bezieht Position

Die Fleischwirtschaft insgesamt und Proviande als Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft standen auch 2022 im Fokus der Politik und der öffentlichen Diskussion. Mit der Politarbeit werden in Allianzen mit weiteren Organisationen der Land- und Ernährungswirtschaft oder als Sprachrohr der Fleischbranche die politischen Parteien und Entscheidungsträger über die Positionierung der Fleischwirtschaft aufgeklärt. So beteiligte sich Proviande an der Abstimmungskampagne gegen die Massentierhaltungsinitiative.

Zusammenarbeit mit den Bundesämtern

Mit der Teilnahme in der Begleitgruppe der von BLV, BLW und BAFU in Auftrag gegebenen Erarbeitung eines Massnahmenkatalogs zur Transformation des Landwirtschafts- und Ernährungssystems in der Schweiz bekräftigte Proviande ihr Interesse, mitzuhelfen, die Klimaziele 2050 zu erreichen. Die Klimastrategie Landwirtschaft und Ernährung 2050 wurde im November 2022 in Konsultation gegeben. Proviande erarbeitete eine Stellungnahme zu den vorgeschlagenen Massnahmen.

Auch mit der Mitunterzeichnung der Vereinbarung zur Bekämpfung von Food Waste des BAFU bekräftigt die Fleischwirtschaft ihre Absicht, sich aktiv an den Bemühungen zur Schonung der Ressourcen zu beteiligen.

Proviande nahm im Geschäftsjahr 2022 Stellung zum alljährlichen landwirtschaftlichen Verordnungspaket, zur Änderung der Tierseuchenverordnung und zu den Änderungen in der Verordnung über die Verwendung von schweizerischen Herkunftsangaben für Lebensmittel. In der Konsultation zu den Verordnungen zur Gasmangellage schloss sich Proviande der Stellungnahme des SFF an und wies speziell darauf hin, dass Betriebe in der

Lebensmittelverarbeitung, so auch die Fleischverarbeitung, für die Versorgungssicherheit auch in einer Energiemangellage systemrelevant sind. Auch die Betriebe der Nahrungsmittelversorgung sollten deshalb von der Kontingentierung ausgenommen werden. Dies war in den unterbreiteten Entwürfen nicht vorgesehen.

Aus der Politik

Dass Fleisch weiterhin ein zentrales Thema und Grundlage für zahlreiche politische Geschäfte auf kommunaler, kantonaler und nationaler Ebene bleiben wird, ist sicher. Als Präsident der Branchenorganisation Proviande ist Dr. Markus Zemp eine zentrale Persönlichkeit, wenn es darum geht, den Interessen der Schweizer Fleischwirtschaft politisches Gewicht zu verleihen. Als alt Nationalrat und aktueller Präsident der beratenden Kommission Landwirtschaft des Bundesrates verfügt er nicht nur über ein sehr grosses und wertvolles Netzwerk, sondern er kennt auch die Politik der Schweiz aus einer wichtigen Perspektive: von innen.

Kein Fleisch zu essen, scheint im Trend zu sein: Trotzdem beläuft sich die Zahl der Veganer und Veganerinnen im Jahr 2022 auf nicht einmal 1%. Die mediale Berichterstattung und die Bestrebungen des Bundes liessen anderes vermuten und stellen die Fleischbranche damit vor grosse Herausforderungen. Welches sind die Trends, die die Fleischbranche beschäftigen, und welche Erkenntnisse können wir davon mitnehmen, dass eine Minderheit einen so grossen Einfluss auf Politik und Verwaltung nehmen kann? Die Politik wirft viele Fragen auf, die die Branche in den nächsten Jahren beschäftigen werden. Als Präsident von Proviande wagt Dr. Markus Zemp einen Ausblick auf die politische Zukunft der Fleischbranche.

Kurzinterview mit Dr. Markus Zemp

Sehr geehrter Herr Zemp, Sie kennen die parlamentarischen Gepflogenheiten aus Ihrer persönlichen Erfahrung: Hat sich der Umgang in der Politik in den letzten Jahren verändert?

Ja, das Umfeld hat sich verändert. Es gibt immer mehr Gruppierungen aus dem Bereich Klima, Umwelt- und Tierschutz. Diese sind international vernetzt und nehmen via Soziale Medien, Petitionen, Lobbying etc. starken Einfluss auf die Medienberichterstattung, die Schulen, die Verwaltung und das Parlament. So wird es schwieriger, pragmatische Lösungen zu finden. Die Polarisierung nimmt zu.

Die Fleischbranche steht zunehmend unter Druck von Gesellschaft, Politik und Medien: Woran liegt es, dass das Thema Fleisch immer stärker in den Fokus rückt?

Mit der Ernährungs- und Klimastrategie des Bundesrates wird der aktuelle Fleischkonsum kritisiert. Ich habe manchmal das Gefühl, dass Fleisch an allem Schlechten der Welt schuld sein soll. Dabei wird meist ausgeblendet, dass die Schweizer Fleischproduktion deutlich nachhaltiger ist als in den meisten anderen Ländern. Die Rindviehproduktion (Milch und Fleisch) ist im Grünlandgebiet alternativlos.

Welche Massnahmen sehen Sie, die die Fleischbranche dringend umsetzen müsste?

Wir müssen mit Fakten unsere Fleischwirtschaft ins richtige Licht stellen. Proviande verstärkt die Aktivitäten zum Ausbau der Wissensplattform rund um das Fleisch. Zudem bauen wir für die ganze Wertschöpfungskette eine Nachhaltigkeitsstrategie auf.

Auch die Absatzförderung wird in zahlreichen Vorstössen im Parlament immer wieder kritisiert: Wie stehen Sie zur Absatzförderung und zu deren Zukunft?

Sie ist ein zentrales Element für die Kommunikation: Schweizer Fleisch wird nachhaltig und tierfreundlich produziert, das kommunizieren wir mit dem Slogan «der feine Unterschied». In der Frühjahressession 2023 des Nationalrates wurde diese Absatzförderung recht deutlich unterstützt. Damit hat das Parlament einmal mehr bestätigt, dass die Absatzförderung für die Schweizer Landwirtschaft bedeutend und sinnvoll ist.

Was glauben Sie, sind die grössten Herausforderungen der nächsten Jahre für die Fleischbranche?

Mit der AP 2030 will der Bundesrat die Konsumenten in die Pflicht nehmen. Derzeit ist die Verwaltung daran, dazu Vorschläge zu erarbeiten. Die bisherigen Entwürfe zeigen die Richtung an: Der Fleischkonsum soll deutlich reduziert werden. Spannend wird sein, welche Instrumente dazu vorgeschlagen werden. Lenkungsabgaben oder Steuerung des Konsums sind zum Beispiel im Gespräch. Für uns ist es elementar, dass die Wahlfreiheit der Konsumenten gewahrt bleibt. Der Markt soll entscheiden, wie viel Fleisch gegessen wird.

Was sich schon länger abzeichnet, ist eine Verschiebung des Konsummusters: weniger Schweinefleisch, mehr Geflügel. Es wird vor allem für die Schweinebranche eine grosse Herausforderung sein, die Bestände im nötigen Tempo, entsprechend dem Markt, anzupassen.

Schliesslich essen nach wie vor 94% der Konsumenten Fleisch. Diesen müssen wir ein gutes Gefühl geben. Die Fakten und Argumente dazu haben wir.

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Proviande ist als Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft eine wichtige Dialogpartnerin für das öffentliche Bild der Fleischbranche. Auf unterschiedlichen Ebenen werden Massnahmen ergriffen um Politik, Medien sowie Bürgerinnen und Bürger über Fakten zur Schweizer Fleischwirtschaft aufzuklären.

Die Öffentlichkeitsarbeit hat 2022 nochmals an Bedeutung gewonnen. Die Schweizer Land- und Fleischwirtschaft musste bei der Massentierhaltungsinitiative gegen äusserst aktive Befürworter antreten, insofern war das deutliche Abstimmungsresultat ein wichtiger Erfolg. Gleichzeitig machte der intensiv geführte Abstimmungskampf auch deutlich, dass die öffentliche Debatte in den klassischen und in den sozialen Medien immer mehr von jenen Stimmen dominiert wird, die sich für eine massive Reduktion des Fleischkonsums einsetzen.

Die Kommunikationsstelle von Proviande geniesst bei den Medienschaffenden hohe Glaubwürdigkeit und wird regelmässig kontaktiert, sei es zu aktuellen Themen, zur Unterstützung bei Hintergrundrecherchen, um Kontakte zu vermitteln oder aber auch einfach, um den Puls der Schweizer Fleischbranche zu fühlen. Sie war insbesondere im Vorfeld der Massentierhaltungsinitiative stark gefordert.

Auch 2022 sorgte die Kommunikationsstelle mit Sprachregelungen und Positionspapieren dafür, dass die Branche bei gesellschaftlich relevanten und heiklen Themen «mit einer Zunge» spricht, orientierte die Branche über kritische Recherchen der Medienschaffenden und koordinierte, wenn nötig, die Antworten und die Informationen in der Branche.

Gegenüber Politikern und Behörden konnte sich Proviande 2022 als verlässliche Dialogpartnerin etablieren. Die informellen Treffen «Let's Meat» mit (Jung-)Politikern erfreuten sich grosser Beliebtheit und in der Dialogplattform «Groupe de réflexion» wurde mit Politikern aller Parteien über aktuelle Themen diskutiert. Von Behördenseite werden Vertreter von Proviande in verschiedenen Projekten der Land- und Ernährungswirtschaft miteinbezogen. So diskutierten

Vertreter und Vertreterinnen von Proviande aktiv mit bei der Erarbeitung der Klimastrategie Landwirtschaft und Ernährung und engagierten sich beim Bundesamt für Umwelt (BAFU) in der Umsetzung der Strategie zur Verminderung von Food Waste.

Ausblick

Damit es auch in Zukunft gelingt, den Fokus der Diskussion nicht nur auf die Bedeutung der ressourcenschonenden Fleischwirtschaft, sondern auch hin zu den Konsumentinnen und Konsumenten zu verlagern, die täglich aufs Neue die Wahl haben, sich für nachhaltig produziertes Schweizer Fleisch zu entscheiden, organisiert sich Proviande neu. Die Öffentlichkeitsarbeit rückt näher zur Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» und wird als Abteilung im Geschäftsbereich Kommunikation angesiedelt.

Die Kommunikation und insbesondere die Öffentlichkeitsarbeit muss sich auf die drei Stossrichtungen Richtigstellung der Fakten, Bekenntnis zu regionalen Produkten und Befriedigung von Konsumentenbedürfnissen konzentrieren. Die schärfsten Kritikerinnen und Kritiker von Proviande werden damit in die unangenehme Situation gedrängt, dass sie ihre Kritik nicht mehr länger gegen eine diffuse Agrarlobby richten können, sondern sich aktiv mit den Fakten und den aktuellen Bedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten auseinandersetzen müssen.

Regula Kennel

Leiterin Stabsstelle Unternehmensentwicklung

Die Stabsstelle ist verantwortlich für die Unternehmenskommunikation und die Öffentlichkeitsarbeit. Sie koordiniert Information und Kommunikation innerhalb der Mitglieder von Proviande und führt die Kommunikationsstelle als zentrale Anlaufstelle rund um Anliegen zum Nahrungsmittel Fleisch.

Im November 2022 wurde die bisherige Stabsstelle Unternehmensentwicklung umgewandelt in den Geschäftsbereich Entwicklung und Nachhaltigkeit.

KLASSIFIZIERUNG & MÄRKTE

Der Leistungsauftrag

Öffentliche Schlachtviehmärkte

Die überwachten öffentlichen Schlachtviehmärkte konnten planmässig durchgeführt werden. Praktisch während des ganzen Jahres herrschte auf den Rindvieh- und Schafmärkten eine hohe bis sehr hohe Nachfrage.

Anzahl Tiere auf öffentlichen Märkten

	2021	2022
Rindviehmärkte		
Anzahl Märkte	646	647
Aufgeführte Tiere	59'268	59'549
Durchschnittliche Auffuhr	92	92
Übernahmen	26	300
Schafmärkte		
Anzahl Märkte	282	289
Aufgeführte Tiere	63'955	64'482
Durchschnittliche Auffuhr	227	223
Übernahmen Schlachtschafe	-	431
Übernahme Weidelämmer	-	278

Marktentwicklung

Rinder und Kühe

Im Jahr 2022 konnten an den öffentlichen Märkten konstante Preise realisiert werden. Die Schlachtungen innerhalb der Rindviehgattung blieben auf dem Vorjahresniveau und der Kuhbestand ist im Vergleich zum Vorjahr nur minimal gesunken. Die anhaltende Trockenheit im Juli und im August bedeutete jedoch eine Herausforderung für die Rindviehhalter: Futter für die Tiere wurde knapp und in gewissen Regionen mussten die Tiere früher von der Alp abgezogen werden. Diese Mehrauffuhren im August hatten einen Einfluss auf die Schlachtviehpreise. Dank der hohen Nachfrage erholte sich der Preis jedoch rasch wieder.

Kälbermarkt

Der Bankkälbermarkt verlief so ruhig wie noch nie. Die Marktentlastungsmassnahme der vergangenen Jahre war im Jahr 2022 nicht notwendig, im Gegenteil: Die Nachfrage war im ganzen Jahr hoch. Gerade in der Gastronomie war das Kalbfleisch gesucht.

Schweinemarkt

Das Überangebot an Schweinefleisch erreichte ein noch nie dagewesenes Hoch. Nach bereits tiefen Preisen im Jahr 2021 geriet der Schweinemarkt Ende 2022 stark unter Druck. Trotz weiter sinkender Nachfrage im Spätsommer blieb die Inlandproduktion in der zweiten Jahreshälfte hoch. Die Verarbeiter hatten ihre Lager bereits gefüllt und konnten die Schlachtungen nicht ausweiten. Die Preise sanken auf 3 Franken je Kilogramm Schlachtgewicht. In der Folge wurden die Schlachtschweine in den Ställen immer schwerer und die Situation eskalierte im November. Um Tierschutzprobleme zu verhindern, beschloss die Branche verschiedene Massnahmen zur Marktentlastung. Ab Dezember wurde unter der Leitung von Suisseporcs ein Krisenstab eingesetzt, welcher zwei Massnahmen zur Entlastung des Schweinemarktes einleitete:

1. Einsatz der Beihilfe Viehwirtschaft für eine Entlastung des Schweinemarkts
2. Export von Schweinehälften in den europäischen Raum

Mit diesen zwei Massnahmen wurden bis Ende 2022 erfolgreich etwa 20’000 Schweine aus dem Markt genommen.

Schafmarkt

Der Schafmarkt war in der ersten Jahreshälfte sehr ruhig. Im Herbst wurden sehr viele Tiere auf den Märkten aufgeführt. Viele Tiere mussten zugeteilt werden und der Preis wurde entsprechend angepasst.

Neutrale Klassifizierung in den Schlachtbetrieben

Der Geschäftsbereich Klassifizierung & Märkte führte die neutrale Qualitätseinstufung 2022 in 22 Schlachtbetrieben durch. Der Stundenaufwand für die Qualitätseinstufung stieg gegenüber dem Vorjahr leicht an.

Neutrale Klassifizierung Schlachtkörper 2022

	Anzahl Schlachtungen	Klassifiziert durch Proviande	Anteil klassifiziert
Grossvieh	404'760	354'439	87,6%
Kälber	188'267	167'340	88,9%
Schweine	2'542'372	2'340'746	92,1%
Schafe	228'556	139'024	60,8%

Marktentlastung

Der Schweinemarkt war von einem erheblichen strukturellen Überschuss gekennzeichnet und rutschte im zweiten Halbjahr 2022 in eine massive Krise. Um den tierschutzrelevanten Überhang von geschätzten 50'000 Schweinen abbauen zu können, wurden Ende Jahr mit rund 1,9 Millionen Franken Bundesmitteln 570 Tonnen Schweinefleisch (= 14'497 Schweine) eingelagert.

Kontrolle der Ermittlung des Schlachtgewichts

2022 war das vierte volle Kalenderjahr, in welchem Proviande im Auftrag des Bundesamtes für Landwirtschaft (BLW) die Einhaltung der Ausschlachtungsbestimmungen überwachte. Es zeigt sich, dass mit der Umsetzung dieses Auftrages in der Praxis das angestrebte Ziel erreicht werden konnte. Für alle Schlachtbetriebe gelten gleich lange Spiesse, was wesentlich zur hohen Akzeptanz des Verfahrens in der Branche beiträgt. So musste im Jahr 2022 ein einziger fehlbarer Schlachtbetrieb an das BLW gemeldet werden, welches in der Folge eine Untersuchung eröffnete.

Umfangreiche Projekte

Vermeidung des Schlachtens von trächtigen Rindern und Kühen

Die erste Regelung wurde 2017 in der Branche eingeführt und aufgrund der Erfahrungen in der Praxis von der Arbeitsgruppe überarbeitet. Mit zusätzlichen Massnahmen und Präzisierungen in der von der Branche verabschiedeten Fachempfehlung soll die unbegründete Schlachtung von trächtigen Tieren weitgehend verhindert werden. So wird seit dem 01.02.2022 zur Schlachtung eines trächtigen Tieres ein tierärztliches Attest benötigt, zudem wird eine Gebühr von 200 Franken für die unbegründete Schlachtung eines trächtigen Tieres erhoben.

Klassifizierungsgerät für Haartiere

Nach einer erfolgreichen Validierung im Vorjahr und der offiziellen Zulassung durch das BLW wurde im Januar 2022 im Schlachthof St. Gallen das erste vollautomatische Klassifizierungsgerät BCC-3 in Betrieb genommen. Gemäss dem Ergebnisbericht aus der Validierung erfolgte der Betrieb unter ständiger Überwachung eines Klassifizierers von Proviande. Dadurch können allfällige Betriebsunterbrüche und die Klassifizierung von Schlachtkörpern, die ausserhalb der Norm liegen, sichergestellt werden. Die Resultate aus den periodischen Überwachungen sind erfreulich. Das Gerät arbeitet zuverlässig und konstant.

Stefan Muster

Geschäftsbereichsleiter Klassifizierung & Märkte

Der Geschäftsbereich Klassifizierung & Märkte führt im Auftrag des Bundes die neutrale Qualitätseinstufung von Lebendtieren und Schlachtkörpern durch, überwacht die öffentlichen Schlachtviehmärkte und kontrolliert die Ermittlung des Schlachtgewichts. Zudem engagiert er sich bei der Aus- und Weiterbildung von Landwirten und bringt sein Know-how in diversen internen und externen Projekten ein.

Nach langjähriger Führung übergab Peter Schneider Mitte Jahr die Leitung des Geschäftsbereichs K&M an Stefan Muster. Am 01.01.2022 hat zudem der Ausbildungsstab seine Tätigkeit aufgenommen: Ziel dieses Stabes ist es, den Austausch aller Klassifizierer zu fördern und die Ausbildungen über die gesamte Schweiz zu koordinieren und bei Bedarf anzupassen.

MARKETINGKOMMUNIKATION «SCHWEIZER FLEISCH»

Marketingkommunikation Schweiz

«Der feine Unterschied»

Die Basiskommunikation mit den Werbespots rund um den feinen Unterschied konnte erneut hervorragende Werte erzielen. Die Werbespots punkten durch ihre Authentizität, wobei Betriebe und Persönlichkeiten aus unterschiedlichsten Regionen porträtiert werden. Die Basiswerbung war während 34 Wochen in TV, Kino sowie online präsent.

Auch auf diversen weiteren Kanälen ist «Schweizer Fleisch» hervorragend vertreten: Im Jahr 2022 wurden via Social Media pro Monat im Schnitt 1 Million Personen erreicht sowie 1,8 Millionen mit der neuen Website. Mit Serien wie den Meatfacts können die Werte und Vorteile von Schweizer Fleisch für ein jüngeres Publikum zielgerecht visualisiert werden.

Mit Print- und Onlineartikeln kann «Schweizer Fleisch» auch Fakten mit mehr Tiefe vermitteln: Mit insgesamt 40 PR-Artikeln in über 10 Titeln und 71 Gastro-Storys im «Gault Millau»-Magazin konnten Themen rund um «Warum Schweizer Fleisch?» zweimal wöchentlich mit unserer Zielgruppe geteilt werden.

Website als Basismedium

Die wiedergewonnene Kochfreude der Schweizerinnen und Schweizer während des Lockdowns spiegelt sich weiterhin in den positiven Zahlen von www.schweizerfleisch.ch wider. Die Website verbindet Argumente für Schweizer Fleisch mit kulinarischen Tipps und Rezepten: So werden die Rezepte, welche die meisten Besucher auf die Website leiten, mit Infoboxen ergänzt, die Fakten und weiterführende Informationen liefern.

Mit dem Newsletter «Fleisch News», für welchen man sich direkt auf der Website von «Schweizer Fleisch» anmelden kann und der bereits 5'700 aktive Abonnenten zählt, wurden verschiedene Fakten rund um die Fleischproduktion, die Ernährung und die Umweltauswirkungen geteilt.

Ein gastronomischer Höhepunkt

Ein grosses Highlight im Jahr 2022 war ein Jubiläum: der 20. Kochwettbewerb von «La Cuisine des Jeunes»! «The Art of Veal – zeig uns dein Meisterwerk aus bestem Schweizer Kalbfleisch»: Dieser Herausforderung stellten sich junge Kochtalente mit einer Begeisterung für Schweizer Fleisch. Gewonnen hat das Wettkochen Anastasia Mischukova mit der Kreation «Wiiuds Chaub».

Der Kochwettbewerb erreichte ein breites Publikum: Auf der Website wurden über 15'800 Kontakte generiert, via Social Media über 500'000. Dies zeigt, dass die Gastronomie ein breites und an Schweizer Fleisch interessiertes Publikum ist.

Sensibilisierung von Ernährungsfachpersonen und WAH-Lehrpersonen

Der Kontakt mit der Zielgruppe Ernährungsfachpersonen fand in diesem Jahr mehrheitlich über die Mailings des Verbandes SVDE sowie über Publireportagen und Beilagen in den wichtigsten Ernährungszeitschriften statt. Des Weiteren wurden den Teilnehmern und Teilnehmerinnen der zwei grössten Ernährungstagungen verschiedene Flyer mit Argumenten nach Hause geschickt.

Im Bereich WAH (Wirtschaft – Arbeit – Haushalt, vormals Hauswirtschaft) wurden verschiedene neue Unterlagen erstellt und beworben. Die Anzahl Kontakte im Adressstamm konnten um 10% gesteigert werden. Die Publikation «En Guete», welche bei Metzgereien aufgelegt wird, erscheint weiterhin 8-mal jährlich mit einer Auflage von knapp 190'000 Exemplaren.

Marketing international

Die Bearbeitung des chinesischen Marktes war erneut geprägt von Unsicherheit und Dynamik. China liegt mit ca. 500'000'000 geschlachteten Schweinen pro Jahr im Vergleich zu 2019 immer noch um rund 30% zurück. Der Selbstversorgungsgrad ist folglich nach wie vor tief und erholt sich nur langsam. Das Image der Schweiz gehört zu den besten der Welt: Geniessbare Schlacht(neben)produkte generieren in der Schweiz zum Teil wenig Nachfrage und tiefe Preise. In China jedoch gelten Produkte vom Schwein, wie Füsse, Ohren, Schwänze, aber auch Innereien, als Delikatessen. Aufgrund der Afrikanischen Schweinepest bestehen dort nach wie vor eine erhöhte Nachfrage und gute Preiskonditionen. Die chinesische Behörde (GACC) hat die Zulassung von den ersten fünf Schweizer Fleischverarbeitungsbetrieben für den Export von Schweinefleisch nach China bestätigt.

Marcel Portmann

Geschäftsbereichsleiter Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch»

Der Geschäftsbereich Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» fördert im Interesse aller Mitglieder (Produzenten, Verwerter, Endverkauf) das Vertrauen in die einheimische Fleischerzeugung vom Stall bis auf den Teller und damit den Absatz von Schweizer Fleisch im In- und Ausland.

Der bisherige GB Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» wurde im November 2022 umbenannt in GB Kommunikation und umfasst künftig neben der Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» auch die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit.

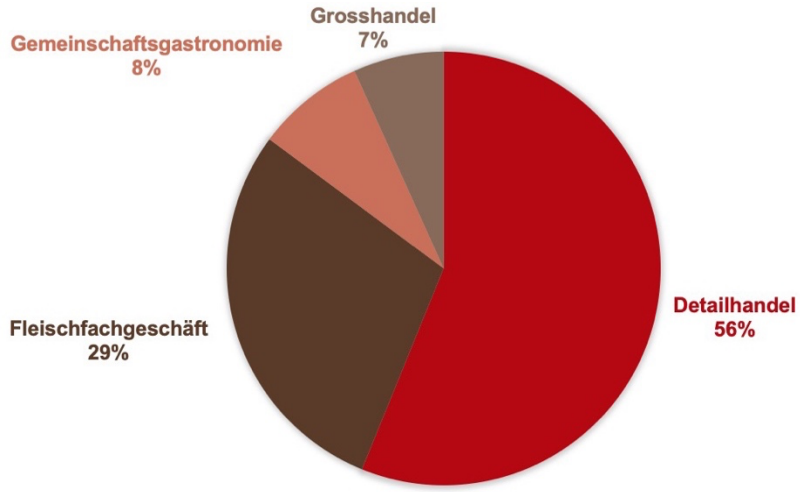
DIENSTLEISTUNGEN

DNA-Herkunfts-Check

Im Geschäftsjahr 2022 wurden 519'000 Referenzproben in Schlachthöfen entnommen, womit ein Abdeckungsgrad von 87,3% aller geschlachteten Tiere der Rindviehgattung erreicht werden konnte. Dies entspricht einer Steigerung von rund 1% gegenüber dem Vorjahr bei einem Rückgang der Schlachtungen um 0,3%. Aus 98% dieser Proben konnte ein DNA-Profil erstellt werden. Insgesamt werden im Programm DNA-Herkunfts-Check 393 Unternehmensstandorte (+25%) betreut. Die teilnehmenden Unternehmen nahmen zudem die Dienstleistungen Interne Prozesskontrolle und Wareneingangskontrolle vermehrt als Bestandteil ihrer Qualitätssicherungssysteme in Anspruch.

Im Bereich Markt-Monitoring nahmen 56 Betriebe der Gemeinschaftsgastronomie (+86% im Vergleich zum Vorjahr) am Programm DNA-Herkunfts-Check teil. Die Teilnahme der Schweizer Armee und deren Anforderungen an ihre Lieferanten führten zu einem bedeutenden Anstieg der teilnehmenden Fleischfachgeschäfte. Insgesamt wurden 35'000 DNA-Profile aus 3'200 Fleischproben bestimmt, wovon ein Drittel verarbeitete Produkte wie Hackfleisch und Charcuterie-Artikel waren.

Proben nach Business-Kanal



Zusätzlich wurden 8'500 Proben im Rahmen von Dienstleistungen für Drittunternehmen erhoben, welche z.B. durch den Abgleich mit der Referenzdatenbank als Nachweis der Labelzugehörigkeit oder für die Wareneingangskontrolle genutzt werden konnten.

DNA-Probeentnahme auf Geburtsbetrieben

Zusammen mit der Arbeitsgemeinschaft Schweizerischer Rinderzüchter (ASR) startete Proviande Abklärungen und die Konzeption zur flächendeckenden DNA-Beprobung auf Geburtsbetrieben, damit die DNA-Profile im Programm DNA-Herkunfts-Check und für die gezielte genomische Selektion in der Rindviehzucht genutzt werden können. Dabei geht es um Eigenschaften zur Reduktion der Methan-Emissionen und zur Förderung der Rindfleischqualität. Bis Mitte 2023 soll ein Businessplan vorliegen, welcher die Interessen und den Nutzen der Fleischbranche und der Zuchtorganisationen berücksichtigt.

Ombudsstelle Tierwohl

Damit die Ombudsstelle Tierwohl unterstützende Wirkung in der Branche entfalten kann, muss sie weiterhin bekannt gemacht und Berührungsängste abgebaut werden. 2022 trafen zwei Meldungen ein, welche zur Bearbeitung an die zuständigen Stellen weitergeleitet wurden.

Mengenmodell Rindviehgattung

Mit dem Abschlussbericht für das Bundesamt für Landwirtschaft Ende März wurde das im Auftrag der Branchenorganisation Milch und Proviande durch Agridea entwickelte Projekt Mengenmodell Rindviehgattung abgeschlossen. Mit dem neu entwickelten Kalkulationsinstrument kann abgeschätzt werden, wie sich Veränderungen von Produktionskriterien (z.B. Nutzungsdauer einer Kuh, Milchleistung pro Kuh und Jahr usw.) auf die produzierte Menge an Milch und Fleisch auswirken. Damit lässt sich auch die auf die Nachfrage ausgerichtete benötigte Anzahl Tiere berechnen.

Business Coaching

Die Dienstleistung Innovations- & Businesscoaching wurde per 30.09.2022 eingestellt. Trotz viel Herzblut und Engagement der Projektleitung konnten die im Businessplan gesetzten Ziele in den letzten zwei Jahren bei Weitem nicht erreicht werden. Die Bereitschaft von Unternehmen der Fleisch- und Lebensmittelbranche, dieses Dienstleistungsangebot zu nutzen, hat sich trotz bester Referenzen als zu gering herausgestellt.

Statistik

In Zusammenarbeit mit der Identitas AG hat Proviande im Geschäftsjahr die Entwicklung eines Produktionsprognosemodells für die Tiergattung Schweine gestartet. Ziel ist es, wöchentlich und aufgrund von laufend aktualisierten Ausgangsdaten eine Produktionsprognose für die kommenden 26 Wochen erstellen zu können.

Allgemein sind die statistischen Auswertungen zum Fleischmarkt, sei dies zur langfristigen Entwicklung von Produktion und Verbrauch oder zu aktuellen Themen, bei Medienschaffenden, aber auch bei Studierenden und bei Branchenmitgliedern sehr gefragt.

Suisse Garantie

Proviande nimmt als Vertretung der Fleischbranche in der Technischen Kommission von Agro-Marketing Suisse Einsitz und begleitete 2022 die Erneuerung der Zulassung von Label-/QS-Programmen für Suisse Garantie.

Mitarbeit in Gremien und Arbeitsgruppen

Fachgruppe TTS

Das Sekretariat der Fachgruppe für tierschutzkonforme Tiertransporte und Schlachthöfe (TTS) wird von Proviande geführt. An den ordentlichen Sitzungen wurde unter anderem die Umsetzung des Leitfadens der Veterinärdienste zur Beurteilung der Transportfähigkeit von kranken und verletzten Schlachttieren thematisiert. Insbesondere auf den öffentlichen Schlachtviehmärkten galt es, die Wahrnehmung der Verantwortung bezüglich Tierschutz zu erhöhen. Erste Fortschritte wurden von den Veterinärdiensten festgestellt.

Nachhaltigkeit

Im Rahmen des Aktionsplans gegen die Lebensmittelverschwendung hat Proviande im Mai 2022 die branchenübergreifende Vereinbarung zur Reduktion von Lebensmittelverlusten des Bundesamtes für Umwelt (BAFU) unterzeichnet. Proviande unterstützt damit die Bestrebungen des Bundes, die vermeidbaren Lebensmittelverluste bis 2030 gegenüber 2017 um 50% zu reduzieren.

Der Verwaltungsrat bestimmt das Handlungsfeld Nachhaltigkeit in seiner Strategie zur Umsetzung der Vision als erste Priorität. Er setzt sich zum Ziel, dass Proviande diesbezüglich Interessen und Aktivitäten der Fleischbranche bündelt, koordiniert und begleitet. Die neu gebildete Steuergruppe Nachhaltigkeit legt künftig übergeordnet die strategische Ausrichtung der

Aktivitäten im Handlungsfeld Nachhaltigkeit fest und stimmt die Nachhaltigkeitsthemen innerhalb der Branche ab. Die Steuergruppe nimmt ihre Arbeit 2023 auf und startet mit einem Workshop zur Standortanalyse und zur Definition der Zielsetzungen für eine ressourcenschonende Fleischwirtschaft.

Blaise Perrey

Geschäftsbereichsleiter Dienstleistungen

Proviande bietet verschiedene Dienstleistungen für die Fleischbranche an. Der dafür zuständige Geschäftsbereich leitet den DNA-Herkunfts-Check, führt die Ombudsstelle Tierwohl, betreut das Branchenreglement Suisse Garantie und führt die Fleischmarktstatistik. Daneben analysiert der Geschäftsbereich den Schweizer Fleischmarkt und publiziert entsprechende Statistiken. Verschiedene Auftraggeber aus der Fleischbranche nehmen zusätzliche Dienstleistungen auf privatrechtlicher Basis in Anspruch.

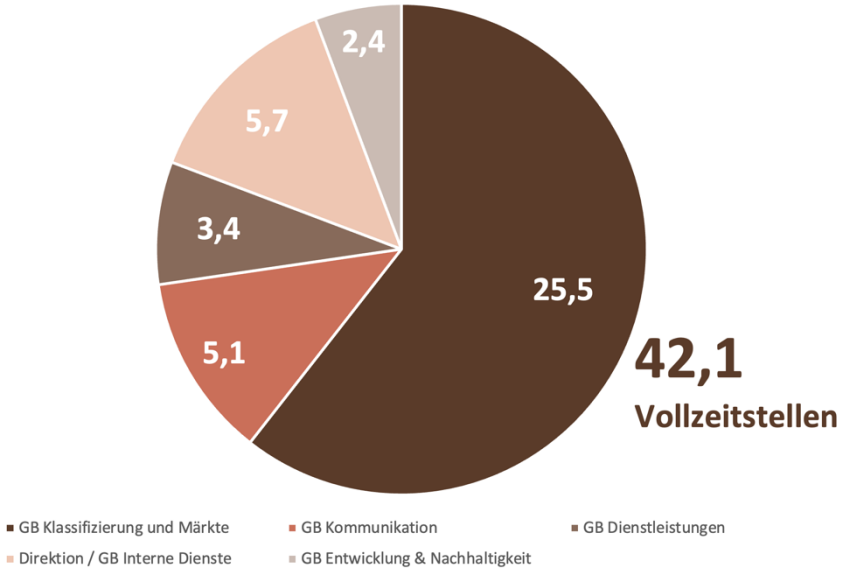
INTERNE DIENSTE

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Die turnusmässig durchgeführte Mitarbeiterumfrage zeigte, dass Proviande grossmehrheitlich auf zufriedene und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zählen kann. Nach dem Motto «Stillstand ist Rückschritt» wurden zusammen mit dem Kader die Ergebnisse analysiert und mögliche Massnahmen diskutiert. Das ist insbesondere deswegen wichtig, weil in den nächsten Jahren in der Geschäftsführung ein Generationenwechsel stattfinden wird.

Der Führungswechsel fand im Geschäftsbereich Klassifizierung & Märkte bereits Mitte 2022 statt. Für den bevorstehenden Wechsel im Geschäftsbereich Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» Anfang 2023 wurde der Bereich neu organisiert. Solche Wechsel sind teilweise auch mit Fluktuationen auf der Mitarbeiterebene verbunden. Umso wichtiger ist es, dass Proviande auf treue, langjährige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zählen kann, welche das Fundament für die anstehenden Veränderungen bilden.

Insgesamt beschäftigte Proviande 2022 durchschnittlich 89 Personen (ohne Verwaltungsräte, Kommissionsmitglieder und externe Mitarbeitende). Das sind gegenüber dem Vorjahr weniger Personen, einige Neuanstellungen stehen im 1. Quartal 2023 an. Die Anzahl Vollzeitstellen betrug 2022 42,1 (Vorjahr 44,8).



IT und EDV

Im Jahr 2022 wurde der Print- und File-Server in die Cloud migriert. Für das langfristige Ziel der Digitalisierung wurde das Programm Document Capture eingeführt, eine ergänzende Lösung für MS Dynamics NAV. Damit können ab 01.01.2023 die Kreditorenrechnungen elektronisch erfasst, genehmigt und archiviert werden. Zudem wurden alle Mitarbeitenden der Geschäftsstelle Bern mit MS Surface Pro 8 Tablets ausgerüstet. Es sind somit einige Schritte in Richtung Digitalisierung unternommen worden, dies mit dem klaren Ziel, weniger Papier zu verbrauchen.

Patrizia Sturzenegger

Geschäftsbereichsleiterin Interne Dienste

Der Geschäftsbereich Interne Dienste erfüllt vielfältige Aufgaben in den Bereichen Finanzen, Personal, IT und Sekretariat. Zudem unterstützt er das Unternehmen dank stetiger Optimierung der organisatorischen Ablaufprozesse und Strukturen.

FINANZEN

Erfolgsrechnung

	2022 | CHF	2021 | CHF
Ertrag Leistungsauftrag BLW	5'711'972	5'731'130
Ertrag Fördermittel BLW Absatzförderung und QuNaV (Savoir faire)	6'094'875	5'839'499
Ertrag Fördermittel Eigenmittel	7'294'609	6'955'227
Ertrag aus Dienstleistungen DNA	3'896'289	3'841'980
Ertrag aus diversen Dienstleistungen	823'236	789'982
Erlösminderungen / Veränderung Delkredere	–9'672	–15'036
Jahresbeiträge Genossenschafter	72'000	69'000
Total Dienstleistungsertrag	23'883'309	23'211'782
Aufwand Leistungsauftrag / Projekte	–201'176	–235'148
Projektaufwand MaKom, QuNaV und Öffentlichkeitsarbeit	–12'657'686	–12'300'956
Dienstleistungsaufwand DNA	–2'946'332	–2'922'377
Dienstleistungsaufwand Divers	–153'165	–117'214
Total Dienstleistungsaufwand	–15'958'359	–15'575'695
Bruttogewinn	7'924'950	7'636'087
Personalaufwand	–6'436'076	–6'266'630
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	–1'372'637	–1'210'144
EBITDA	116'237	159'313
Finanzergebnis	–8'309	–10'746
Abschreibungen	–24'850	–1'388
Betriebsergebnis vor Steuern	83'078	147'179
Ausserordentlicher Ertrag	4'078	1'427
Steuern	–20'104	–31'208
Jahresgewinn	67'052	117'398

Bilanz

Aktiven	31.12.2022 | CHF	31.12.2021 | CHF
Umlaufvermögen	9'439'149	8'873'452
Anlagevermögen	50'833	4'535
Total Aktiven	9'489'982	8'877'987

Passiven		
Fremdkapital	7'508'900	6'958'707
Eigenkapital	1'981'082	1'919'280
Total Passiven	9'489'982	8'877'987

Gewinnverwendung

Verfügbarer Bilanzgewinn	31.12.2022 | CHF	31.12.2021 | CHF
Jahresgewinn	67'052	117'398
Gewinnvortrag	1'203'030	1'105'882
Total verfügbarer Bilanzgewinn	1'270'082	1'223'280

Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung		
5% Verzinsung Genossenschaftskapital	21'000	20'250
Zuweisung an gesetzliche Reserven	3'000	0
Vortrag auf neue Rechnung	1'246'082	1'203'030
Total Bilanzgewinn	1'270'082	1'223'280

Kommentar zur Jahresrechnung 2022

Die Erfolgsrechnung

Der Dienstleistungsertrag war im Jahr 2022 höher, dank zusätzlicher Fördermittel des BLW, sowohl für die Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» wie auch für das Exportprojekt China. Auch sind die Erträge aus der Dienstleistung DNA-Herkunfts-Check sowie diversen weiteren Dienstleistungen leicht angestiegen.

Demgegenüber steht der Dienstleistungsaufwand, welcher ebenfalls über dem Vorjahr abschliesst. Die höher verfügten Fördermittel des BLW spiegeln sich in den entsprechend höheren Ausgaben wider. Zudem wurden weitere Aktivitäten im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit unternommen.

In den höheren Betriebs- und Verwaltungskosten sind Projekte enthalten im Bereich der Unternehmensentwicklung und der Digitalisierung.

Die Bilanz

Gegenüber dem Vorjahr sind die offenen Forderungen (Debitoren) höher, entsprechend wurde auch das Delkredere angepasst. Einzelberichtigungen mussten jedoch keine vorgenommen werden.

Die Bilanzsumme nahm per Stichtag gegenüber 2021 um rund 6,9% zu.

Die Vermögensstruktur innerhalb der Aktiven blieb ähnlich wie im Vorjahr. Dem Umlaufvermögen sind über 99% der Aktiven zuzuordnen.

Bei den Passiven nahm das Eigenkapital aufgrund des Jahresgewinns zu. Der Eigenkapitalanteil beträgt rund 20,9%.

Die Revisionsstelle

Die BDO AG hat die Jahresrechnung von Proviande für das Geschäftsjahr 2022 geprüft und mit dem Revisionsbericht vom 10. März 2023 bestätigt.

PROVIANDE

Proviande Genossenschaft | Brunnhofweg 37 | Postfach | CH-3001 Bern | www.proviande.ch